

Алексеева М.О.,

студент

4 курс, Институт экономики управления и финансов

Марийский государственный университет

Россия, г. Йошкар-Ола

Пайдыганова М.Ю.,

студент

4 курс, Институт Экономики, Управления и Финансов

Марийский Государственный Университет

КОНКУРЕНТНАЯ КАРТА РЫНКА ООО «ХЛЕБОЗАВОД №1»

***Аннотация:** В данной статье представлена конкурентная карта рынка предприятий, выпускающих хлебобулочные изделия. На основе карты выявлены наиболее эффективные и перспективные компании.*

***Ключевые слова:** стратегия, менеджмент, конкуренция, маркетинг, исследование.*

***Annotation:** This article presents a competitive map of the market of enterprises producing bakery products. Based on the map, the most effective and promising companies were identified.*

***Keywords:** strategy, management, competition, marketing, research.*

Построение конкурентной карты рынка представляет собой классификацию конкурентов по занимаемой ими позиции на рынке.

Распределение рыночных долей позволяет выделить ряд стандартных положений предприятий на рынке. К ним относятся лидеры рынка – с максимальными значениями долей, аутсайдеры – занимающие скромные позиции, промежуточные группы.

Необходимо построить конкурентную карту рынка ООО «Хлебозавод №1» для определения конкурентной позиции предприятия на российском рынке.

Для построения конкурентной карты были взяты ближайшие 8 предприятий, ведущих свою деятельность в городе Йошкар-Ола и основная деятельность которых совпадает с деятельностью хлебозавода (производство хлеба и мучных кондитерских изделий, тортов и пирожных недлительного хранения).

Таблица 1 – Расчетная таблица для построения конкурентной карты

№ п/п	Название	Год		Рыночная доля в 2017 году	Рыночная доля в 2018 году	Темп роста рыночной доли
		2017	2018			
1	ООО "Хлебозавод №1"	256170	296096	5,99	7,29	121,72
2	АО "Чебоксарский хлебозавод №2"	576769	552776	13,48	13,61	100,93
3	ООО "Фирма "Сувенир"	1349559	1185959	31,54	29,19	92,54
4	ООО "Хлебозавод Советского Райпо"	79861	79176	1,87	1,95	104,40
5	ООО "Мельник"	56389	48571	1,32	1,20	90,71
6	ЗАО «Хлебокомбинат Петровский»	717282	753873	16,76	18,55	110,68
7	ОАО "Хлебозавод №5"	944630	848376	22,08	20,88	94,58
8	ООО "ПКФ "Смак"	297902	298135	6,96	7,34	105,39
Итого		4278562	4062962	100	100	94,96

Необходимо определить границы групп фирм по рыночной доле. Лидер рынка ООО «Фирма «Сувенир» – максимальная доля 29,19%. Аутсайдер рынка ООО «Хлебозавод Советского Райпо» – минимальная доля 1,95%. Среднеарифметическая рыночная доля для всех фирм равна 12,5%.

Таблица 2 – Определение слабых и сильных предприятий по рыночной доле среди конкурентов ООО «Хлебозавод №1»

Сильные рынки	Слабые рынки
$P_i \leq P_{cp}$	$P_i \geq P_{cp}$
№2,3,6,7	№1,4,5,8

Число предприятий, относящихся к сильным 4, к слабым 4. Среднеарифметическая рыночная доля по группе сильных фирм равна 20,56%, а по группе слабых фирм – 4,44%.

Необходимо определить границы групп фирм по темпу роста выручки. Лидер рынка ООО «Хлебозавод №1» – максимальный темп роста выручки 121,72%. Аутсайдер рынка ООО «Мельник» – минимальный темп роста выручки 90,71%. Средний темп роста выручки равен 102,62%.

Таблица 3 – Определение слабых и сильных предприятий по темпу роста выручки среди конкурентов ООО «Хлебозавод №1»

Сильные рынки	Слабые рынки
$T_i \leq T_{cp}$	$T_i \geq T_{cp}$
№1,4,6,8	№2,3,5,7

Число предприятий, относящихся к сильным 4, к слабым 4. Средний темп роста выручки по группе сильных фирм равен 110,55%, а по группе слабых фирм – 94,69%.

Далее необходимо построить конкурентную карту по строкам – темпы роста выручки, по столбцам – рыночная доля.

Таблица 4 – Матрица формирования конкурентной карты рынка

Темпы роста рыночной доли	Рыночная доля			
	Лидеры рынка (20,56-29,19%)	П/п с сильной конкурентной позицией (12,5-20,56%)	П/п со слабой конкурентной позицией (4,44-12,5%)	Аутсайдеры рынка (1,95-4,44%)
Предприятия с быстро улучшающейся конкурентной позицией (110,55-121,72%)		ЗАО «Хлебокомбинат Петровский»	ООО "Хлебозавод №1"	
Предприятия с улучшающейся конкурентной позицией (102,62-110,55%)			ООО "ПКФ "Смак"	ООО "Хлебозавод Советского Райпо"
Предприятия с ухудшающейся конкурентной позицией (94,69-102,62%)		АО "Чебоксарский хлебозавод №2"		
Предприятия с быстро ухудшающейся конкурентной позицией (90,71-94,69%)	ООО "Фирма "Сувенир", ОАО "Хлебозавод №5"			ООО "Мельник"

По матрице формирования конкурентной карты можно сделать вывод о лидирующих и отстающих предприятиях. Наиболее наглядно конкурентная карта представлена на рисунке 1.

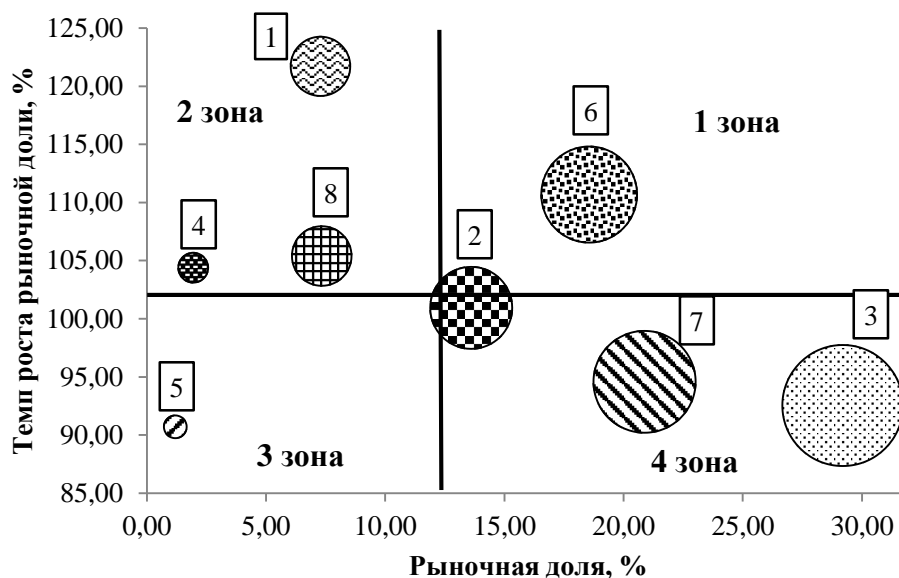


Рисунок 1 – Матрица конкурентной карты рынка

По данным таблицы 4 и рисунка 1 можно сделать следующее заключение, что ООО «Хлебозавод №1» находится во второй зоне. Сюда относятся также ООО "Хлебозавод Советского Райпо" и ООО "ПКФ "Смак". Данная зона характеризуется тем, что предприятия, находящиеся в данной области имеют высокий темп роста выручки, а, значит, являются перспективными, но рыночная доля данных предприятий невысока.

В первой зоне находятся предприятия с высоким темпом роста выручки и с большой рыночной долей. Соответственно, высокие показатели у ЗАО «Хлебокомбинат Петровский».

К третьей зоне относится ООО "Мельник". Это означает, что данное предприятие имеет маленькую рыночную долю и низкий темп роста выручки.

В четвертую зону входят предприятия, характеризующиеся стабильностью: высокая рыночная доля, но низкий темп роста выручки: АО "Чебоксарский хлебозавод №2", ООО "Фирма "Сувенир", ОАО "Хлебозавод №5". К таким предприятиям требуется подход сохранения рыночной доли, то есть объема реализации продукции.

Таким образом, ООО «Хлебозавод №1» является перспективным предприятием. Для дальнейшего развития необходимо увеличить рыночную долю предприятия, то есть полученную прибыль направлять в инвестирование компании. Но сначала необходимо выйти из убыточного состояния и увеличить объем продаж путем проникновения на рынки соседних регионов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Котлер, Ф. Стратегический менеджмент по Котлеру: Лучшие приемы и методы. / Ф. Котлер. - М.: Альпина Паблишер, 2016. - 132 с.
2. Малюк, В.И. Стратегический менеджмент, организация стратегического развития: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В.И. Малюк. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 361 с.
3. Молчанова, О.П. Стратегический менеджмент некоммерческих организаций: Учебник для бакалавриата и магистратуры / О.П. Молчанова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 261 с.